Les biens incorporels d'une entreprise

I. Moyens publicitaires

A. La désignation de l'entreprise

Le nom commercial, la désignation, c'est la présentation vis-à-vis du public.

1. Définition

C'est la présentation commerciale de l'entreprise. L'entreprise sera définie vis-à-vis des clients. Cela peut être le nom patronymique de l'entreprise. Il y'a une situation qui sera celle d'une enseigne, c'est une dénomination de fantaisie qui correspond à l'appellation de l'entreprise et qui la désigne vis-à-vis du public. Il peut y avoir une dénomination sociale (nom qu'on donne à une société commerciale). Il n'y a pas nécessairement coïncidence entre dénomination sociale et le nom commercial. Le nom commercial pourra être une dénomination si l'on a choisit une nom qui se rapporte à l'exploitation de l'entreprise. Le nom commercial représente une protection.

2. Protection

La protection du nom commercial se fait par l'application des règles de la concurrence déloyale, on est sur un terrain délictuelle Art 1382 CC. Une concurrence est nécessaire, il faut que les entreprises en cause aient des activités concurrentes et il faut qu'il ait un risque de confusion.

3. Contrats

Le nom commercial est une valeur. Peut-on le louer, le céder, l'isoler ? Le nom commercial a une valeur patrimoniale mais il ne peut être loué ou cédé qu'avec le fonds de commerce lui-même. Arrêt sur les éditions Bordas. Un monsieur était à l'origine de cette édition, il a vendu le fonds de commerce et a voulu interdire que l'acquéreur use le nom commercial Bordas, la JP ne lui a pas fait droit. La JP a tranché en faveur de l'acquéreur : nom + fonds de commerce.

B. La désignation des produits

- **Droit d'auteur**

1. Définition

Un droit va durer toute la vie de l'auteur + 70 ans après son décès. Le droit d'auteur est attribué aux créations artistiques. Il n'y a pas de démarches à accomplir pour que le droit d'auteur soit préservé.

2. Protection

Le droit d'auteur sera préservé à travers la responsabilité délictuelle, on va condamner les atteintes portées soit au droit moral de l'auteur, on parle également de paternité de l'œuvre, mais aussi au droit matrimonial (atteintes financières).

3. Contrats

Ce sont des cessions, on peut céder les droits d'auteur ou les exploiter de façon limitée ou illimitée. Un acheteur peut autoriser une diffusion limitée de son œuvre ou il peut renoncer à tous ses droits sur sa création.

- **La marque**

1. Définition

Connexion entre la marque et le nom commercial mais pas toujours. La marque confère un droit privatif (monopole d'utilisation de la marque) à son titulaire. On va enregistrer la marque à l'INPI : institut national de la propriété industrielle. La marque peut être une marque verbale ex BUT. Il peut y avoir une parque musicale qui fait partie de la marque verbale. Cela peut être un slogan publicitaire. On peut avoir une marque figuratives : les logos.

2. Protection

Action en contrefaçon, on encoure des sanction pénales et civiles quand on utilise une marque déposée. Il faut que la marque soit déposée, valable et antérieure à l'utilisation mise en cause. L'exploitation : si la marque est déposée à l'INPI on veut qu'elle soit protégée sur la France. A partir du moment où il y'a une marque valable, antérieure, même s'il n'y a pas intention ou confusion la contrefaçon existe. La contrefaçon est un délit civil et un délit pénal. Lorsqu'il y'a une utilisation de la marque l'action en contrefaçon peut être associée à une concurrence déloyale. Cession de marque : on peut vendre. Licence de marque : louer une marque. La protection de la marque est valable 10 ans.

II. Les moyens technologiques

A. Dessins et modèles

1. Définition

Appropriation exclusive et privative des dessins et modèles réservés à une utilisation commerciale et industrielle (L511-1). On va déposer le dessin ou le modèle à l'INPI et dans le dépôt on va indiquer l'utilisation commerciale ou industrielle sinon c'est un simple droit d'auteur.

2. Protection

C'est comme pour la marque, c'est une action en contrefaçon qui présente les mêmes caractéristiques que pour la marque. Il sera donc simplement nécessaire de démontrer le dépôt, que ce dépôt est antérieur à l'utilisation et montrer qu'il y'a une utilisation. La durée de la protection est de 5 ans renouvelables jusqu'à 25 ans. Les sanctions sont les condamnations sous astreinte, Dommages intérêts, saisies.

3. Contrats

Location (licence), ce sont les redevances payées au titulaire du droit. Le contrat le plus fréquent en pratique est la cession.

B. Brevets d'invention

1. Définition

Appropriation privative d'invention. Il y'a un dépôt à l'INPI (actuellement en préfecture). La durée du brevet est de 20 ans, le certificat d'utilité est de 6 ans. Il faut que ce soit quelque chose de nouveau, inventif et industrielle.

2. Protection

L'inventeur peut être isolé, ou alors ce sont des entreprises qui ont pour objet de découvrir des inventions. Le dépôt de brevet protège sur le territoire où il a été fait et on peut protéger son brevet sur le plan national mais cela coûte plus cher. On paie une redevance annuelle à l'INPI pour déposer un brevet. La protection se fait à travers l'action en contrefaçon : Dépôt, utilisation faite : les sanctions sont les Dommages intérêts, astreinte, interdiction par voie de presse... Quand on parle de concurrence déloyale, alors la question de confusion est invoquée

3. Contrats

Lorsque le titulaire n'exploite pas son invention, il concède sa licence de brevet et reçoit une redevance, ou alors il peut vendre son brevet.